

## РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Н. И. Лыгина

*Орловский государственный институт экономики и торговли*

Развитие страны это многоуровневый и многоаспектный процесс, который обычно рассматривается с точки зрения совокупности социальных и экономических целей.

В теории микромаркетинга достижение стратегических целей в управлении обеспечивается инструментами комплекса маркетинга, к которым относятся: товар, цена, распределение и продвижение. Реализация стратегических целей в региональном маркетинге также должна опираться на инструменты маркетинга, которые в региональном масштабе приобретают форму маркетинговой политики — общих подходов для действий и принятия решений для достижения цели социально-экономического развития региона.

Социально-экономическое развитие включает в себя: рост производства и доходов; перемены в институциональной, социальной и административной структуры общества; перемены в общественном сознании; перемены в традициях и привычках. Прежде чем говорить о специфике управления регионом требуется уточнить, что понимается и включает в себя это понятие

По нашему мнению, при характеристике понятия «регион» необходимо учитывать три обстоятельства. Первое: регион - это, прежде всего, территориальное явление, и потому территориальный признак должен быть отражен в нем как базовый.

Второе: регион - это часть целостной социальной и административной системы, а потому должен обладать их основными чертами, хотя и не сводиться к ним.

И третье: конечно же, регион должен иметь замкнутый воспроизводственный цикл и определенную экономическую специфику и формы ее проявления.

Исходя из этого, мы даем такое определение региона.

Регион - территориальное образование, имеющее четко очерченные административные границы, в пределах которых воспроизводятся социальные и экономические процессы обеспечения жизни населения, обусловленные местом региона в системе территориального и общественного разделения труда.

Данное определение характеризует регион и как административно очерченное пространство, и как обособленный социально-экономический комплекс, в котором складывается и реализуется совокупность процессов воспроизводства жизнеобеспечения данной территории.

Процессы воспроизводства природных ресурсов, населения, меры труда и меры потребления, обеспечения конкретного уровня жизни в его основных экономических и социальных составляющих изначально всегда пространственно локализованы и, уже потом, подвержены воздействию общегосударственных экономических и институциональных механизмов.

Поскольку в приведенной научной литературе имеются расхождения относительно того, что такое регион и какие территориально-административные образования к нему относятся, обозначим свою точку зрения. Объектом проводимого нами исследования является регион, который характеризуется Конституцией РФ как «субъект Федерации».

Социально-экономический подход к региону появился в 70-х годах, но не был реализован. По мнению В.Н. Лексина и А.Н. Швецова, «наиболее очевидный и до сих пор наименее учитываемый признак территориального развития - социально-экономическая ориентация, т.е. оценка вектора и количественных параметров региональных ситуаций, прежде всего по тому, как они влияют на уровень и качество жизни населения...». Об этом красноречиво свидетельствуют современные черты многих регионов - субъектов РФ, а

именно: высокий промышленный потенциал сочетается с низкими показателями уровня жизни населения и неразвитостью социальной сферы. И, как результат, в ряде регионов - субъектов РФ имеют место неблагоприятные демографические показатели, высокий уровень загрязнения окружающей среды, слабое материально-техническое и кадровое обеспечение социальной инфраструктуры, рост миграции квалифицированных кадров в другие регионы.

Эта неблагоприятная социально-экономическая ситуация усугубляется причинами, характерными для страны в целом и свойственными переходному к рыночной экономике периоду: нарушение целостности хозяйственного механизма и экономического пространства; спад производства; обострение социально-демографических проблем и отсутствие государственных и региональных программ по вопросам социальной защиты населения; снижение склонности к инвестированию и сбережениям. В этой связи возникает необходимость усиления внимания именно к этому социально-экономическому подходу к региону, который становится все более значимым в условиях становления рыночной организации хозяйства.

Однако, несмотря на большое количество проводимых исследований, все еще не разработаны не только методология и теоретическая база, но и принципиальные позиции для реализации социально-экономического подхода к региону вообще и к отдельным регионам в частности.

На наш взгляд, для этого необходимо решить следующую задачу - обосновать принципы и механизмы обеспечения соответствия уровня и качества жизни населения уровню и темпам развития экономики. Как показывает практика, возросшие производственный потенциал и темпы экономики не всегда способствуют повышению уровня и качества жизни населения в регионах. И, что самое главное, эта взаимосвязь не имеет объективной основы. Следует установить меру соответствия вклада каждого региона в экономику страны уровню личного и общественного потребления в регионе. Основным критерием должен стать валовой региональный продукт (ВРП) в расчете на душу населения. Мера соответствия должна определяться с учетом:

- особенностей исторического отрезка времени, общей политической и экономической ситуации в стране;
- специфики конкретного региона, характеризующейся природным, производственным, трудовым и финансовым потенциалом территории, а также географическим положением и функциональной.

Раскрытие сущности понятия «регион» и рассмотрение его в качестве предмета научного исследования предполагает обзор тех функций, которые объективно присущи этому административно-территориальному образованию. Без выявления последних невозможно понять роль и значение региона в социально-экономическом и политическом развитии общества.

Известно, что в социологии под «функцией» понимают «роль, которую определенный социальный институт выполняет относительно потребностей общественной системы более высокого уровня организации или интересов составляющих ее классов, социальных групп и индивидов».

В этом определении следует отметить два важных аспекта.

Первый: функция - это всегда явление активного порядка. И второй аспект: функция видоизменяет систему, в рамках которой она реализуется.

В этой связи под функцией понимается та роль, которую выполняет тот или иной элемент экономической системы в ее организации как целого, или как экономическая деятельность, регулируемая определенными экономическими законами.

В региональной экономике функцией является служебная роль (назначение) экономики региона по отношению к другим регионам, экономике страны в целом и элементам, составляющим региональную экономику. Причем для всей этой системы

характерна такая взаимозависимость, при которой изменения на одном уровне являются производными (функциями) от изменения другой.

В функциональной системе региона различают региональную функцию спроса и предложения, функцию региональной активности и специализации, функцию регионального управления, хозяйствования, а также демографическую, экологическую и социально-бытовую функции.

Рассмотрим эти функции в их содержательном проявлении.

Так, региональная функция предложения выражает зависимость объема товаров и услуг от числа предприятий в регионе, их производственной мощности и финансовой стратегии.

Относительно новой функцией региональной экономики выступает ее региональная активность, которая является производной от трудовой активности населения, его мотивации и ориентирования.

Функция региональной активности выражает зависимость трудовой активности населения от его «социального характера» и способности региона функционировать как само сохраняющаяся система.

В этом своем качестве данная функция принимает вид целесообразной деятельности по преобразованию экономического пространства и условий хозяйственной деятельности в регионе.

Важной функцией региональной экономики является специализация региона, которая выступает в форме как внутренней, так и внешней функции. В первом случае внутренняя функция выражается в приоритетном развитии какой-либо одной или нескольких отраслей региональной экономики, имеющей доминирующее значение в региональном хозяйственном комплексе.

Внешняя функция специализации региона определяется тем объемом и структурой производства товаров и услуг, которые пойдут не только на удовлетворение внутри региональных потребностей, но и на их реализацию в других регионах страны.

Вышеприведенные функции связаны с региональной экономикой как целостной хозяйственной системой, локализованной административно-территориальными границами и региональным рынком.

С переходом к рыночной экономике, либерализацией хозяйственной деятельности регионов произошло разделение регионов на два типа:

- а) регионы-экстраверты, которые аккумулируют большие финансовые ресурсы, привлекают значительные инвестиции, в том числе и иностранные, ориентируются на производство экспортной продукции и внешние рынки;
- б) регионы-интроверты, ориентированные на внутренний рынок и низкий платежеспособный спрос.

Одной из наиболее важных общих функций региональной экономики является функция регионального управления, главной задачей которой является воспроизводство региона как социально-экономической системы. Регион как система (по теории социальных систем Т. Парсонса) имеет в этом смысле четыре функции: адаптивную, целедостигающую, интегративную и функцию регулирования скрытых направлений системы. Поэтому их реализация механизмами регионального управления осуществляется посредством планирования, организации, учета, контроля и регулирования.

К частным функциям региональной экономики следует отнести ее хозяйственную функцию, которая своим воздействием должна обеспечить достижение устойчивого экономического роста, эффективное использование производственного и научного потенциала, создание в регионе необходимой рыночной конъюнктуры и конкуренции, а также его инвестиционной привлекательности.

Демографическая функция региональной экономики включает обеспечение полной занятости населения, активизацию социальных факторов, влияющих на естественный

прирост, воспроизводство населения и формирование трудового потенциала региона.

В экологическую функцию региональной экономики входит решение проблем, связанных с утилизацией отходов, снижением материалоемкости производства, очисткой сточных вод и т.д. Целью функции экологизации производства является согласование естественных воспроизводственных циклов биосферы и экономических циклов регионального воспроизводства. Значение совершенствования качества окружающей среды обусловлено еще и тем, что от него зависит как качество жизни, так и качество населения (в первую очередь его здоровье).

К социально-бытовой функции региональной экономики можно отнести жилищное строительство.

Степень эффективного выполнения регионами своих явных функций зависит от ряда факторов, к числу таких факторов следует отнести:

- уровень развития народнохозяйственного комплекса региона;
- степень обеспеченности трудовыми ресурсами и уровень их квалификации;
- уникальные свойства региона, имеющие ценность в масштабах страны и по общемировым меркам (например, запасы янтаря в Калининградской области, историко-музейные элементы "Золотого кольца" во Владимирской области и т.п.);
- степень обеспеченности региона ресурсами;
- социально-политическая стабильность в регионе;
- геополитическое положение региона.

Перечисленные факторы достигаются по средствам использования инструментов маркетинга и не только определяют эффективность выполнения функций региональной экономики, но и обеспечивают ее нормальное воспроизводство.

Одним из инструментов маркетинга является товарная политика, цель которой определяется в содействии развитию на территории отраслей и предприятий, в наибольшей степени обеспечивающих социально-экономическое развитие региона, рост, уровня и качества жизни населения. Достижение поставленной цели должно предполагать решение следующих задач:

- обоснование отраслевой специализации региона, формирование рациональной отраслевой структуры экономики;
- активизация инновационной деятельности;
- увеличение доли импортозамещающей продукции.

Специализация как объективная закономерность развития общественного производства в данный конкретный период времени, главным образом, зависит от наличия в регионе тех или иных ресурсов, совокупности условий и факторов, обуславливающих целесообразность ведения определенных видов предпринимательской деятельности.

Таким образом, специализация регионов и сопутствующее ей территориальное разделение труда являются следствием влияния факторов маркетинговой среды: природных, социально-демографических, научно-технических, экологических, экономических и пр. Изменение факторов маркетинговой среды неизбежно сказывается на изменениях в специализации регионов. Поэтому специализация регионов не является статичной.

Для отраслей промышленности и сельского хозяйства можно выделить факторы, особо влияющие на выбор специализации региона. Так, например, можно выделить отрасли, развитие которых определяется, в первую очередь, природными факторами. Это отрасли, тяготеющие к источникам сырья. К ним относятся все отрасли сельского хозяйства, отрасли добывающей и перерабатывающей промышленности: нефтяная, угольная, газовая, добыча железных руд и руд цветных металлов и др.

Социально-демографические факторы играют первостепенную роль в развитии предприятий, ориентирующихся на потребности населения. Это относится к ряду предприятий, производящих продукты питания (хлебобулочные изделия, молочные изделия

и пр.) и непродовольственные товары (швейные изделия, трикотажные изделия, обувь и пр.).

Важным фактором развития производительных сил в регионах РФ является научно-технический прогресс. Он представляет собой непрерывный процесс развития науки, техники и технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства. Изменения в научно-технической среде обуславливают необходимость внесения инноваций в технологию изготовления товара и упаковки, в организацию продажи и пр.

Существенное влияние на размещение предприятий в регионе могут оказать экологические факторы маркетинговой среды, роль которых возрастает не только у нас в стране, но и во всем мире.

Особое положение здесь занимают регионы в Уральском и Сибирском федеральном округах. Объем выброса вредных веществ в атмосферу здесь намного превышает средне-российский уровень. Эти же макро-регионы занимают лидирующие места по образованию токсичных отходов.

Большое значение на специализацию регионов оказывают экономические факторы. В настоящее время будущая промышленная специализация регионов РФ в системе территориального разделения труда во многом связана с закономерными процессами, происходящими в структурной перестройке экономики России, формированием новых экономических пропорций.

Новая структура национальной экономики находится еще на стадии своего формирования. Изменяющаяся доля отдельных секторов промышленности в регионах РФ еще в недостаточной степени оказывает влияние на рост ВРП. В этой связи приоритетными в развитии в первую очередь должны стать отрасли, которые способствуют реальным изменениям в сторону роста ВРП.

Как показывает анализ мировой практики, базовой отраслью, дающей мощный толчок в инновационном преобразовании экономики, является машиностроение. Значительным потенциалом в развитии отдельных сегментов машиностроения располагают: в Центральном федеральном округе — Владимирская, Рязанская, Липецкая, Тверская области; в Южном федеральном округе - Ростовская и Волгоградская области; в Приволжском федеральном округе - Республика Удмуртия, Республика Татарстан, Кировская и Нижегородская области; в Уральском федеральном округе - Челябинская и Свердловская области.

С развитием отраслей специализации тесно связано развитие подотраслей, обеспечивающих их нормальное функционирование.

В связи с этим еще один вопрос, который должен решаться на региональном уровне управления - это формирование сбалансированного развития основных и вспомогательных производств, отраслей материального производства непродовольственной сферы и социального обслуживания населения.

Вторая важная задача в товарной политике региона - активизация инновационных процессов.

Развитие инноваций должно обеспечить рост конкурентоспособности отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынках.

В настоящее время экспорт в основном связан с вывозом топливно-энергетических ресурсов.

В региональном разрезе наибольший объем вывоза за рубеж приходится на регионы Центрального федерального округа. В 2003 году в структуре экспорта он занимал около 37%. Достаточно стабильно развивается экспорт в Северо-Западном, Приволжском и Сибирском федеральном округе. Относительная доля этих макрорегионов в 2003 году в среднем составляет 12-15% от общего объема вывоза товарной продукции РФ. Значительно меньшая доля, менее 10%, приходится на Южный и Дальневосточный

федеральные округа. Успешный выход регионов на мировой рынок без сомнения требует особой поддержки со стороны региональных органов власти, разработки механизма формирования экспортного потенциала региона.

Реальные изменения во внешнеэкономической деятельности регионов РФ возможны только при условии решения на макро уровне четырех взаимосвязанных задач: разработки и реализации целостной экспортной политики России; обеспечения доступа российских товаров на внешние рынки, имея в виду обеспечение благоприятных торгово-политических и правовых условий; защиты внутреннего рынка от импортной интервенции; формирования международных региональных приоритетов внешнеэкономической политики.

В зависимости от экспортного потенциала регионы можно разделить на пять групп. К первой группе относятся: Республики Башкирия, Татарстан, а также Белгородская, Вологодская, Липецкая, Нижегородская, Самарская, Свердловская и Челябинская области. В этих регионах экономика оказалась наиболее устойчивой к кризису, с достаточно диверсифицированным производством, развитой инфраструктурой, квалифицированным кадровым потенциалом. Спад в экономике этих регионов был незначительным, а спрос на продукцию основных отраслей - относительно высоким.

Вторую группу составляют сырьевые регионы: Республики Коми, Саха (Якутия), Хакасия; Красноярский край; Иркутская, Кемеровская, Магаданская, Омская, Оренбургская, Томская и Тюменская области, для которых характерны высокий уровень производства продукции на душу населения и относительно невысокий спад производства.

Третью группу составляют 8 областей Центрального федерального округа: Владимирская, Ивановская, Курская, Московская, Смоленская, Тульская, Ульяновская и Ярославская области. Эти регионы располагают высоким производственным потенциалом, квалифицированными кадрами, развитой инфраструктурой.

Четвертую группу составляют 17 субъектов Российской Федерации: Республика Карелия; Архангельская, Вологодская, Воронежская, Калужская, Камчатская, Костромская, Ленинградская, Мурманская, Новгородская, Новороссийская, Орловская, Пензенская, Пермская, Рязанская, Сахалинская и Тверская области. Эти регионы не относятся ни к числу наиболее депрессивных, ни к числу относительно благополучных. Для укрепления экспортного потенциала в среднесрочной перспективе здесь нужны меры государственной поддержки универсального характера, направленные на разрешение присущих этим регионам проблем. Это же относится и к трем важнейшим сельскохозяйственным регионам: Краснодарскому, Ставропольскому краям и Ростовской области.

Что касается остальных регионов (пятая группа), то по разным причинам (экономическим, политическим, географическим), их экспортный потенциал, хотя и не бесперспективен, но экономический подъем требует целенаправленной государственной поддержки.

Следующей задачей регионального маркетинга в рамках товарной политики является увеличение доли импортозамещающей продукции.

Согласно статистическим данным наибольший объем импорта приходится на регионы Центрального федерального округа - более 50% от общего объема ввоза продукции из-за рубежа, что, по-видимому, связана не только с потребностями округа, но и с широко развитой сетью посреднических структур. Доля других макро регионов в объеме ввоза значительно ниже, однако составляет в среднем в год от 100 до 8000 млн. долл. США.

Таким образом, стратегической целью организации маркетинговой деятельности на региональном уровне является создание экономической базы устойчивого роста социально-экономического образования. При этом происходит активное содействие хозяйствующим субъектам территории в достижении целей своего функционирования в условиях формирования рыночных отношений и неопределенности и риска от перемен в стране.

Тактическими целями могут быть, например, обеспечение прибыльности коммерческой деятельности в регионе; повышение конкурентоспособности; развитие культурного центра; установление устойчивых связей с российскими и иностранными партнерами; активное продвижение территории на рынке. При выборе целей их рекомендуется обозначать в виде пирамиды и только при достижении целей низшего порядка следует переходить к вышестоящим целям.

Стратегической задачей управления территориальным маркетингом является последовательная интеграция региона в систему рыночных экономических отношений на региональном, федеральном и мировом уровнях за счет повышения конкурентоспособности организаций на внутреннем и нем рыночных. При выборе тактических задач их также рекомендуется обозначать в виде пирамиды.

Приоритетными задачами являются: становление предпринимательской среды с соответствующей инфраструктурой; поддержка перспективных отраслей— мультипликаторов экономического роста; развитие производств, специфических для определенных регионов; раз сферы услуг и, как следствие, рост занятости населения.

Важной задачей маркетинга при этом становится изучение особенностей и закономерностей внутреннего рынка с целью максимального воздействия на него

Отсюда вытекают основные функции управления маркетингом на региональном уровне:

- анализ сложившегося положения внутри территории и ее окружения;
- планирование программ социально-экономического развития территории;
- организация реализации намеченных программ;
- контроль за ходом реализации программ и их координация.

Исходя из функций маркетинга органы управления социально-экономическим образованием при осуществлении политики территориального маркетинга должны соблюдать три основных принципа управления маркетингом:

- изучение особенностей и закономерностей развития рынка, мониторинг и формирование единой информационной базы;
- приспособление к изменяющимся условиям окружающей среды;
- максимальное воздействие на внутренний рынок.

Соблюдение этих принципов становится возможным, если происходит формирование информационной базы, эффективной коммуникационной системы и системы мотивации всех участников рынка. Результатом реализации этих принципов является эффективность интеграции региона в рыночное пространство на макро- и микро - уровнях.